

To: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
From: (10)(2e)
Sent: Wed 7/29/2020 3:02:21 PM
Subject: FW: mail
Received: Wed 7/29/2020 3:02:21 PM

Verzonden met BlackBerry Work
(www.blackberry.com)

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Datum: woensdag 29 jul. 2020 5:00 PM
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>, (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>, (10)(2e)@minjenv.nl
Onderwerp: FW: mail

Jeetje, eindelijk!
 Kan ik er nog wat van maken? Of is brief al weg?

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@ggdghor.nl>
Verzonden: woensdag 29 juli 2020 16:58
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>, (10)(2e) <(10)(2e)@ggdghor.nl>
CC: (10)(2e)@minjenv.nl <(10)(2e)@minjenv.nl>, (10)(2e) <(10)(2e)@ggdghor.nl>
Onderwerp: RE: mail

Ha (10)(2e)

Bijgaand een aantal voorbeelden van de manier waarop GGD'en omgaan met corona communicatie in hun regio.

Aanvullend:

1. Het ministerie van VWS is verantwoordelijk voor publiekscommunicatie. GGD'en zijn verantwoordelijk voor het uitvoeren van testen en traceren. Natuurlijk communiceren GGD'en ook uitvoerig in hun regio. Dat doen ze mede aan de hand van de door VWS ontwikkelde materialen
2. Aan deze voorbeelden / GGD communicatie activiteiten, kunnen geen conclusies worden verbonden mbt. een eventuele versoepeling of aanscherping van de corona maatregelen. Desgevraagd zullen wij daar ook afstand van nemen als dat wel gebeurt.

Voorbeelden regionale corona communicatie GGD'en

Alle inwoners van de regio:

- Alle GGD'en communiceren naar de inwoners van hun regio breed. Daarin roepen ze ondermeer op te gaan testen bij klachten, benadrukken de hygiëneregels en roepen mensen op zich aan de maatregelen te houden. Dit doen ze via hun social kanalen (en/of campagnes), nieuwsbrieven, websites en via intermediairs/netwerk en de regionale (en landelijke) pers. Daarbij zetten ze allemaal de middelen in, die in samenwerking met het campagne team van het ministerie van VWS worden ontwikkeld
- Alle GGD'en spreken en ontvangen pers en zorgen ervoor dat ook in hun regio actuele informatie via de pers verspreid wordt
- Hieronder een aantal concrete voorbeelden van andere manieren waarop GGD'en dit doen:
 - GGD Hollands Midden plaatst twee tot drie keer per week een [filmpje](#) op hun socials rondom een coronathema. De filmpjes worden door ongeveer 30.00 unieke bezoekers bekeken.

- o GGD Gooi- en Vechtstreek houdt dagelijks een [corona-liveblog](#) en [coronadashboard](#) bij voor de inwoners van hun regio, waarmee ze hen op de hoogte houden van de laatste ontwikkelingen van het coronavirus in de regio.
- o GGD Amsterdam heeft een omroepbus voor in de buurten met berichten over afstand houden, en testen, in 4 tot 6 talen.
- o GGD Noord- en oost-Gelderland heeft een klantreis gemaakt waarlangs de [webpagina's](#) die gaan over coronavirus en testen geoptimaliseerd zijn. Ze hebben hierbij videocontent gemaakt van ervaringsdeskundigen professionals ([een voorbeeld](#)).

Doelgroepen binnen de regio:

- Veel GGD'en geven webinars aan verschillende doelgroepen (zowel professionals als burgers). Bijvoorbeeld GGD Amsterdam geeft webinars voor: langdurige zorg organisaties, kinderdagverblijven, ouders van kinderen bij bepaalde kinderdagverblijven, ouders van kinderen die niet naar school gingen, docenten, vrijwilligersorganisaties en wijkzorgtafels, netwerkgroepen in de wijk. GGD Amsterdam heeft tot 1 juli 45 webinars georganiseerd, waaraan totaal 900 mensen deelnamen.
- GGD West Brabant heeft een onderdeel van hun [website speciaal ingericht op medewerkers van basisscholen en kinderopvang](#), gezien er binnen deze doelgroep veel vragen had. Om aan te sluiten bij de behoeften van scholen en kinderopvang hebben ze een klantenpanel opgericht, ook is er een speciaal e-mailadres en telefoonnummer voor deze doelgroep. Een paar concrete voorbeelden van wat zij doen voor deze doelgroep: geven [webinars voor deze doelgroep](#), hebben [filmpjes voor basisschoolkinderen](#) ontwikkeld (in samenwerking met theatergroep).
- Veel GGD'en werken ook samen met andere partners aan gezamenlijke initiatieven. Voorbeelden hiervan:
 - o GGD Zeeland heeft, in samenwerking met Zeeland Veilig, een instagramcampagne gericht op jongeren gevoerd en een jongerensessie georganiseerd.
 - o GGD Rotterdam Rijnmond en de gemeente hebben in nauw contact met o.a. Spior Stichting Platform Islamitische Organisaties Rijnmond, sleutelnetwerk en moskeeën in de regio filmpjes ontwikkeld voor de moslimgemeenschap speciaal voor het Offerfeest, die zij delen via hun kanalen en netwerk.
 - o [Slimmer Chillen](#), een gezamenlijke (online) campagne van de veiligheidsregio's Hollands Midden, Zuid-Holland Zuid, Kennemerland, Rotterdam-Rijnmond, Haaglanden, Fryslân, Groningen en Noord- en Oost Gelderland gericht op jongeren. Hierin werken de GGD'en intensief samen met de Veiligheidsregio's.

Groeten, (10)(2e)

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>

Verzonden: woensdag 29 juli 2020 16:28

Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@ggdghor.nl>; (10)(2e) <(10)(2e)@ggdghor.nl>

CC: (10)(2e)@minjenv.nl' <(10)(2e)@minjenv.nl>

Onderwerp: mail

Urgentie: Hoog

Heren, zetten jullie het op de mail wat je hebt?

We zien een stijgend aantal besmettingen in huiselijke kring en familiebijeenkomsten. Het is belangrijk om het aantal gasten in huiselijke kring te beperken zodat de 1,5 meter nageleefd kan worden. Via sociale media besteden we daarom aandacht aan het hanteren van de 1,5 meter bij bezoek aan familie en vrienden. Hiervoor grijpen we ook actuele feestdagen aan, zoals het Offerfeest dat deze week plaatsvindt.

Op dit moment is vanuit de Alleen Samen-campagne op radio, televisie en online aandacht voor de boodschap 'Heb je klachten? Blijf thuis en laat je testen.' Komende week wordt de campagne geïntensiveerd, met een nieuwe uiting rond de boodschap 'Houd afstand'. Zo wordt met de belangrijkste pijlers het algemeen publiek bereikt. Voor jonger/jongvolwassenen wordt deze week een aanpak gedeeld die lokaal kan worden toegepast.

Daarnaast wordt met experts in jongerencommunicatie opnieuw gekeken op welke manier deze groep kan worden gemotiveerd tot het naleven van de regels.

(11)(1)

Met vriendelijke groet,

(10)(2e)

(10)(2e)

Telefoon: (10)(2e)